

**ANALISIS *USES AND GRATIFICATION* SITUS PERSIS-SOLO.ID
SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN BERITA DI KALANGAN
SUPORTER (PASOEPATI DAN SURAKARTANS) DI KOTA
SURAKARTA**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika**

Oleh:

RIDO SUKENDRO

L 100 140 057

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS *USES AND GRATIFICATION* SITUS PERSIS-SOLO.ID SEBAGAI MEDIA
INFORMASI DAN BERITA DI KALANGAN SUPORTER (PASOEPATI DAN
SURAKARTANS) DI KOTA SURAKARTA**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

RIDO SUKENDRO
L100140057

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



Dr. Fajar Junardi, S.Sos. M.Si

NIK.05200557901

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS *USES AND GRATIFICATION* SITUS PERSIS-SOLO.ID SEBAGAI MEDIA
INFORMASI DAN BERITA DI KALANGAN SUPORTER (PASOEPATI DAN
SURAKARTANS) DI KOTA SURAKARTA**

OLEH

RIDO SUKENDRO

L 100 140 057

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Komunikasi dan Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari 21, Maret 2019
dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Dewan Penguji:

- 1. Dr. Fajar Junaedi, S.Sos. M.Si
(Ketua Dewan Penguji)**
- 2. Yanti Haryanti, MA
(Anggota I Dewan Penguji)**
- 3. Sidiq Setyawan, M.I.Kom
(Anggota II Dewan Penguji)**

(.....)
(.....)
(.....)

Dekan,



Sargiyatna, Ph. D.

NIK. 881

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggung jawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 21 Maret 2019

Penulis



RIDO SUKENDRO
L100140057

ANALISIS USES AND GRATIFICATION SITUS PERSIS-SOLO.ID SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN BERITA DI KALANGAN SUPORTER (PASOEPATI DAN SURAKARTANS) DI KOTA SURAKARTA

Abstrak

Tingkat kepuasan suatu khalayak saat sekarang ini dapat diukur dengan menggunakan teknologi media baru atau media internet. Kemunculan internet sebagai media baru dan media sosial sangat berpengaruh bagi khalayak khususnya pecinta sepak bola terutama suporter sepak bola (Pasoepati dan Surakartans) dibidang media massa. Suatu media dianggap berusaha untuk memenuhi kebutuhan khalayak. Jika kebutuhan terpenuhi, kepuasan dalam menggunakan media dapat terpenuhi sehingga media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media efektif. Akan tetapi konsep dasar teori ini menganggap bahwa khalayaklah yang dianggap aktif dalam menggunakan media. Salah satu situs media online yang bergerak dibidang olah raga khususnya sepak bola yaitu Persis-solo.id. Situs ini adalah situs media official klub Persis Solo. Penelitian ini menggunakan teori Uses and Gratifications salah satu jenis penelitian kuantitatif, yang inti yaitu khalayak menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Metode penelitian ini adalah metode penelitian survai dengan responden 100 orang. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan dan apakah terdapat kesejangan kepuasan khalayak sebelum dan sesudah mengakses situs tersebut. Analisa datanya menggunakan Analisis Discrepancy. Setelah melakukan analisis data tabulasi silang dan Analisis Discrepancy, maka akan diketahui apakah penelitian ini menunjukkan kesenjangan kepuasan didalam media situs website tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesenjangan kepuasan media ini terdapat didalam kategori tinggi, dikarenakan tingkat pemenuhan kepuasan media ini tergolong tinggi atau hampir semua jenis- jenis kebutuhan dari situs website Persis-solo.id ini dapat dipenuhi dan tidak ada jenis- jenis kebutuhan dari situs website Persis-solo.id yang tidak dapat dipenuhi. Dalam penelitian ini penggunaan media tidak mempengaruhi hasil kepuasan seseorang dalam mengkonsumsi suatu media.

Kata Kunci: tingkat kepuasan, kesenjangan kepuasan, persis-solo.id.

Abstracts

The current level of satisfaction of an audience can be measured using new media technology or internet media. The emergence of the internet as a new media and social media is very influential for audiences, especially football lovers, especially football fans (Pasoepati and Surakartans) in the field of mass media. A media is considered trying to meet the needs of the audience. If the needs are met, satisfaction in using the media can be fulfilled so that the media that is able to meet the needs of the audience is called effective media. However, the basic concept of this theory assumes that audiences are considered active in using media. One of the online media sites engaged in sports, especially football, namely Persis-solo.id. This site is the official club website for Persis Solo. This study uses the Uses and Gratifications theory of one type of quantitative research, the core of which is the audience using mass media based on certain motives. The method of this research is survey research method with 100 respondents. This research was conducted to find out how much the level of satisfaction and whether there is a balance of satisfaction of the audience before and after accessing the site. The data analysis uses Discrepancy Analysis. After conducting cross tabulation data analysis and Discrepancy Analysis, it will be known whether this study shows the satisfaction gap in the media website. The results of this study indicate that this media satisfaction gap is in the high category, because the level of satisfaction of media satisfaction is high or almost all types of needs from the Persis-solo.id website can be fulfilled and there are no types of

needs from the website. Persis-solo.id which cannot be fulfilled. In this study the use of media does not affect the results of one's satisfaction in consuming a media.

Keywords: satisfaction level, satisfaction gap, website, persis-solo.id

1. PENDAHULUAN

Sepak bola merupakan olahraga yang paling ramai dan hangat diperbincangan khalayak luas. Sebagai cabang olahraga yang paling populer pada era modern saat ini, kemajuan sepak bola tidak terlepas dari perkembangan media. Menurut Franz Beckenbauer ialah mendiskripsikan bangsa secara luas, dalam arti lain bagaimana perkembangan teknologi informasi dan globalisasi mempengaruhi banyak hal dalam kehidupan. Untuk itu sepak bola adalah tempat yang tepat untuk mempelajari itu semua (Hasbi, 2016). Bagaimana media mengemas tayangan sepak bola sedemikian rupa sehingga banyak orang menjadi tertarik untuk menonton bahkan menggemari olahraga ini. Dengan semakin banyaknya terpaan–terpaan media mengenai sepak bola, banyak masyarakat yang tertarik dan menjadi menyukai olahraga satu ini.

Kelompok suporter sepak bola saat ini tidak dapat jauh dengan suatu media, karena media yang membangun nama mereka. Sehingga membuat tim dan kelompok mereka menjadi berkembang dari sebuah komunitas suporter sepak bola di Indonesia. Hubungan antara media dan olahraga telah mengubah, dari olahraga amatir menjadi olahraga profesional atau industri yang dikomersilkan secara berlebihan, serta menarik penonton untuk mendapatkan pendapatan dari iklan kepada media (Nicholson, 2007).

Media elektronik digunakan untuk mempermudah dalam mencari informasi dan berkomunikasi oleh masyarakat. Begitu pula dengan penggemar cabang olahraga ini, salah satu media yang digunakan untuk mencari informasi mengenai klub sepak bola yang mereka gemari yaitu dengan menggunakan *website*. Kelompok suporter sepak bola yang berada di kota Surakarta yaitu Pasoepati, dikarenakan media sudah menjadi sarana informasi yang akurat bagi mereka (Prasetyo, 2013).

Sistem kelembagaan media official Persis Solo sebagai media official resmi dibentuk sebagai berikut terdapat *Head Media Officer* yang dibantu asisten *Media Officer* dan membentuk 3 segmentasi : (1) *Tv Streaming*, (2) *Website*, (3) Media Sosial. Menurut redaksi media official Persis Solo dengan hadirnya Pasoepati dan Surakartans dibuatlah *website* berbasis media internet yaitu Persis-solo.id sebagai media resmi akun klub yang di bentuk pada tahun 2017, *website* menjadi bagian terpenting bagi tim profesional, sebelumnya juga

terdapat akun media komunitas yang terlebih dahulu hadir seperti media komunitas Pasoepati.net dan Sambernyawa.com.

Media Persis-solo.id adalah media resmi dari klub sepak bola Persis Solo yang terdaftar oleh PSSI sebagai media official resmi klub dimana informasi berita, foto, kegiatan pemain, pemain cedera, dan informasi yang akan pertama rilis adalah dari media official, dibagikan kepada publik dan media sebagai payung yang digunakan klub untuk memberikan berita yang bisa ditanggung jawabkan akan kebenarannya dan keabsahannya. Sementara itu menurut (Grunig & Hunt, 2016), yang ditulis oleh A. Widya Syadzwina “*Dalam Peranan Public Relation dan Media Officer Dalam Organisasi Sepak bola Profesional*” mengatakan bahwa media relation ialah sebagai penghubung antara fans dan klub, guna mengkomunikasikan diantara komunitas fans dan lingkungan sekitar untuk untuk membina hubungan yang baik.

Ada pun penelitian terdahulu yang membahas tentang kepuasan yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Shao, 2008), yang berjudul “*Understanding the appeal of user-generated media: a uses and gratification perspective*” penelitian ini berpendapat bahwa khalayak mengkonsumsi media untuk memenuhi kebutuhan mereka akan informasi berita, hiburan kebutuhan manajemen sesuai dengan suasana hati, mereka berpartisipasi melalui interaksi dengan konten serta dengan pengguna lain untuk meningkatkan koneksi sosial dan komunitas virtual dan mereka memproduksi konten mereka sendiri untuk ekspresi diri dan aktualisasi diri.

Selaras dengan penelitian ini terdapat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Martius, 2015) dengan judul “*Pengaruh Motif Penggunaan Media Online Bola.net Terhadap Kepuasan Yang Diperoleh Milanisti Indonesia Sezione Pekanbaru*” dan hasilnya ialah media online Bola.net yang merupakan media online berita sepak bola ini tidak menyebabkan para penggemar sepak bola terutama pada Milanisti Indonesia Sezione Pekanbaru memperoleh kepuasan yang besar dimana kepuasan yang diperoleh tidak mampu melebihi *expectation* (harapan) dimana responden tidak terlalu merasa motif-motif dalam mengakses media online Bola.net terpenuhi baik itu motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial serta motif hiburan. Akan tetapi pada penelitian yang dilakukan oleh (Prasetyo, 2013) dengan judul “*Studi Tingkat Kepuasan Penggunaan Situs Pasoepati.net di Kalangan Suporter Sepak Bola (Pasoepati) di Kota Surakarta*” Mengatakan bahwa tingkat kepuasan yang diharapkan, kepuasan yang diperoleh dan perhitungan kesenjangan dapat diartikan bahwa hampir semua item kebutuhan dapat terpenuhi oleh media online Pasoepati.net di kalangan suporter Pasoepati di Kota Surakarta. Dari penelitian di atas dapat

disimpulkan bahwa sebuah media dapat dikatakan media yang efektif apabila media tersebut mampu memberikan informasi serta dapat memenuhi kebutuhan motif dan kepuasan khalayak. Dengan hal tersebut khalayak akan secara aktif mencari media tertentu untuk menghasilkan kepuasan dan motif yang mereka cari (Grant, 2008).

Dari pembahasan di atas, penelitian yang akan diteliti menggunakan media baru dengan teori utama ialah *Uses and Gratification*, yang bertemakan *Uses and Gratification* Pasoepati dan Surakartans terhadap isi berita situs *website* Persis-solo.id sebagai upaya pemenuhan informasi kepada khalayak luas mengenai sesuatu yang disampaikan oleh klub sepak bola. Dengan adanya hal tersebut, menjadikan hal yang sangat penting, bagi pengelola media situs *website* tersebut untuk mengelola dapat lebih baik dalam memberikan isi atau konten berita yang akan disampaikan. Isi konten dari *website* Persis-solo.id ialah untuk memberikan informasi kepada khalayak baik media lokal di Kota Surakarta maupun media berbasis nasional guna mengetahui perkembangan klub Persis Solo. Mengetahui apa yang sudah dibutuhkan oleh khalayak maka pengelola situs dapat memberikan informasi secara cepat akurat dan aktual, dan sesuai dengan motif-motif apa yang diinginkan oleh Pasoepati dan Surakartans motif adalah faktor pendorong seseorang untuk menggunakan media seperti apa yang dikatakan oleh (McQuail, 2012) yaitu (1) Motif Informasi, (2) Motif Hiburan, (3) Motif Identitas Pribadi, (4) Integrasi Sosial, sebagai konsumen dalam mengakses informasi serta media internet, sehingga membuat media dapat dipercaya oleh suporter sebagai media utama dalam pemberitaan baik sebelum mengakses ataupun setelah mengakses adakah perbedaan yang didapatkan.

Konsep *Uses and Gratification* dikembangkan oleh Philip Palmgreen dengan memasukan apakah motif tersebut dapat terpenuhi oleh media. Konsep tersebut didefinisikan dengan GS (*Gratification Sought*) dan GO (*Gratification Obtained*), *Gratification Sought* adalah kepuasan yang dicari oleh individu ketika mengkonsumsi media sedangkan *Gratification Obtained* adalah Kepuasan nyata yang diperoleh seseorang dalam mengakses suatu media, dan mengukur kesenjangan kepuasan yang terjadi (*Gratification Discrepancy*) ialah perbedaan yang didapat kepuasan antara GO dan GS dalam mengkonsumsi media tertentu, semakin kecil kesenjnganya maka semakin memuaskan media tersebut (Kriyantono, 2006).

Dari beberapa pembahasan di atas penelitian ini ingin membahas tentang studi kepuasan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kepuasan yang diharapkan (*Gratification Sought*), seberapa besar kepuasan yang diperoleh (*Gratification Obtained*), dan untuk mengetahui seberapa besar kesenjangan yang terjadi (*Gratification*

Discrepancy) yang terjadi antara GS dan GO ?. Selain itu penelitian ini diharapkan mampu membantu berkontribusi tentang seberapa puas khalayak terhadap situs *website* Persis.solo.id sebagai media yang dilihat oleh khalayak luas khususnya pendukung Persis Solo Pasoepati maupun Surakartans.

2. METODE

Jenis penelitian ini ialah deskriptif kuantitatif untuk mendeskripsikan suatu keadaan atau fenomena peristiwa yang terjadi. Menurut Creswell penelitian deskriptif ialah metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menjelaskan obyek dengan apa yang ada (Sudaryono, 2017). Tujuan dari penelitian ini ialah tidak menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan subyek yang diteliti. Secara sistematis penelitian ini menggambarkan fakta ataupun subyek yang bertujuan menggambarkan fakta dan karakteristik objek yang diteliti dengan jelas.

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian survei metode penelitian survei ialah penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan informasi dengan tahapan menyusun daftar pertanyaan yang di tunjukan kepada responden melalui kuesioner dan wawancara (Sujarweni, 2014). Penelitian survei dengan menggunakan kuesioner dan wawancara dalam mengukur tingkat kepuasan suporter sepak bola dalam hal ini ialah kelompok suporter sepak bola Pasoepati dan Surakartans di kota Surakarta mengakses internet pada situs Persis-solo.id. Survei dilakukan dengan mengumpulkan data pada responden tentang bagaimana kepuasan mereka pada situs *website* tersebut.

Lokasi penelitian akan dilakukan sejumlah wilayah di kota Surakarta. Alasan peneliti mengambil lokasi tersebut ialah karena lokasi yang strategis dan kemudahan mencari data ataupun efisiensi waktu serta biaya.

Populasi penelitian dalam hal ini ialah suporter sepak bola terutama Pasoepati dan Surakartans yang mengakses internet situs *website* Persis-solo.id wilayah kota Surakarta. Dihimpun dari data DPP (Dewan Perwakilan Pasoepati) dan Surakartans yang berjumlah keseluruhan kurang lebih 35000 orang. Pengambilan sampel yang diambil menggunakan *Purposive Sampling* sampel yang diambil dengan menggunakan kriteria tertentu atau dengan banyak pertimbangan. *Purposive Sampling* dipilih peneliti dengan alasan subyek yang diteliti harus memenuhi kriteria pengguna yang sering mengakses berita tentang Persis Solo melalui *website* Persis-solo.id. untuk mengukur ukuran sampel menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+(N \times e^2)} \quad (1)$$

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Populasi

E = Presentasi kelonggaran ketidak terikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan.

Sesuai dengan populasi sebanyak 35000 suporter sepak bola Pasoepati yang dihimpun dari DPP Pasoepati dengan presisi 10% dan tingkat kepercayaan 90% maka dengan menggunakan rumus Slovin diperoleh banyaknya sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{35000}{1+(35000 \times 0,1^2)}$$

= 99,71 dan dibulatkan menjadi 100

Jadi sampel yang diambil dari populasi 35000 orang adalah 100 orang dihitung menggunakan rumus Slovin.

Supaya memperoleh data yang sesuai dengan penelitian ini maka data dikumpulkan melalui kuesioner dan kepustakaan. Instrumen dalam penelitian ini berupa kuesioner oleh sebab itu yang dipakai harus sesuai dengan mengukur apa yang diukur. Uji Validitas data pada alat ukur dilakukan dengan cara menghitung antara nilai dan keseluruhan yang didapat dari setiap pertanyaan dengan nilai keseluruhan yang diperoleh pada alat ukur tersebut. Metode yang digunakan yaitu *Product Moment Pearson*. Uji Reliabilitas penelitian ini menggunakan metode *Alpha Cronbach*, bertujuan guna mengetahui sejauh mana suatu pengukuran mampu memberikan hasil yang serupa jika dilakukan pengukuran kembali. Teknik analisis data menggunakan analisis kesenjangan (*Discrepancy*). Studi tingkat kepuasan *Uses And Gratification* situs Persis-solo.id dikalangan suporter sepak bola (Pasoepati dan Surakartans) di kota Surakarta sebagai media informasi dan berita dibagi menjadi dua yakni, motif (*Gratification Sought*) dan kepuasan yang didapat (*Gratification Obtained*), kepuasan tersebut diukur berdasarkan kesenjangan *Discrepancy* antara *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*.

Peneliti dapat mengetahui kepuasan seseorang berdasarkan kesenjangan antara GS (*Gratification Sought*) dan GO (*Gratification Obtained*) melalui motif informasi dan motif sosial yang terjadi, menggunakan tabulasi silang (*Crosstab*) berdasarkan tiap-tiap item pernyataan antara GS dan GO. Dengan kata lain, kesenjangan kepuasan (*Gratification Discrepancy*) adalah perbedaan kepuasan yang terjadi antara GS dan GO dalam

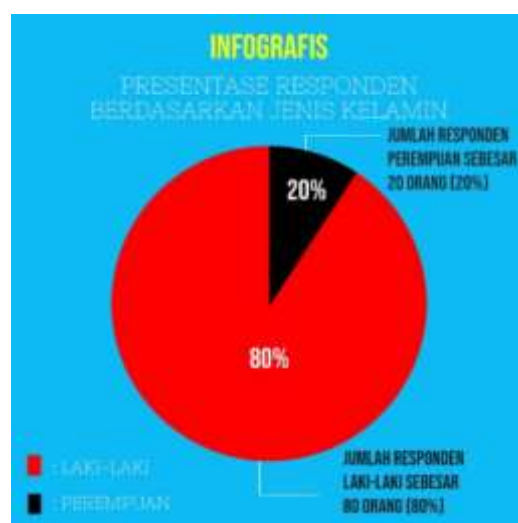
menggunakan atau mengkonsumsi salah satu media yang mereka pilih (Kriyantono, 2010 : 210-212).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Data

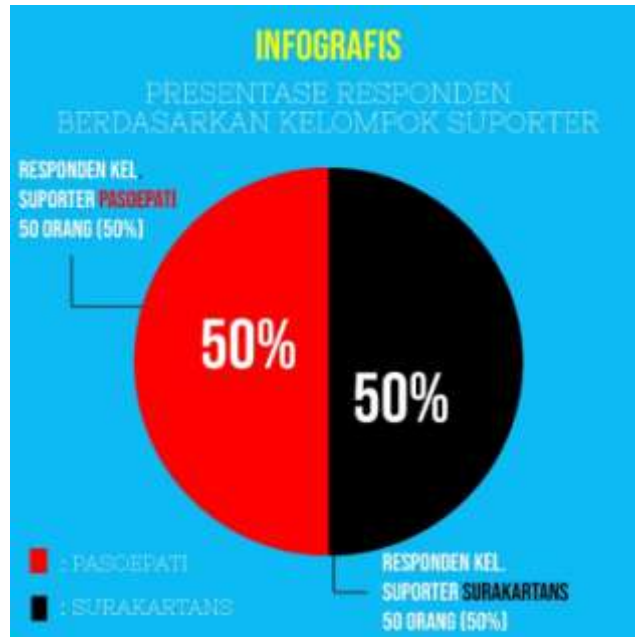
Deskripsi data ialah tahapan peneliti memahami dan mengolah data sehingga data hasil olahan data tersebut dijabarkan dalam bentuk yang mudah untuk dipahami oleh peneliti. Populasi pada penelitian ini ialah berjumlah 35000 orang yang merupakan kelompok suporter Pasoepati dan Surakartans di kota Surakarta. Dari jumlah populasi di atas metode pengambilan sampelnya ialah menggunakan *Purposive Sampling* dimana satuan sampel dipilih berdasarkan karakteristik yang telah dipilih berdasarkan karakteristik yang sudah ditentukan sejak awal oleh peneliti yaitu suporter sepak bola Pasoepati dan Surakartans yang membaca situs *website* Persis-solo.id dan dihitung menggunakan rumus Slovin dengan batas kesalahan (*error*) yang bisa ditolerir sebesar 10%.

Dari data yang didapatkan, diperoleh responden yang sesuai dengan karakteristik yang telah ditetapkan oleh peneliti sebelumnya dan dibagi berdasarkan jenis kelamin dan kelompok suporter. Responden laki-laki berjumlah 80 orang (80%) dan perempuan berjumlah 20 orang (20%) serta responden kelompok suporter Pasoepati berjumlah 50 orang (50%) dan Surakartans berjumlah 50 orang (50%). Sehingga jika dijumlahkan menghasilkan 100 orang (100%). Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dan kelompok suporter dijabarkan dalam bentuk infografis *Pie Chart* sebagai berikut :



Gambar 1. Infografis Karakteristik Responden

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 2018



Gambar 2. Persentase Responden Berdasarkan Kelompok Suporter

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 2018

Dari infografis di atas dapat disimpulkan bahwa responden perempuan 20 orang (20%), lebih sedikit dari pada responden laki-laki 80 orang (80%) dan responden dengan pengelompokan kelompok suporter Pasoepati maupun Surakartans sama besar yaitu 50 orang (50%) Pasoepati dan 50 orang (50%) Surakartans bila dijumlahkan menjadi 100 responden.

3.2 Pengujian Persyaratan Analisis

3.2.1 Uji Validitas

Tabel 1. (*Gratification Sought*)

Variabel	ITEM	r hitung	r tabel	Keterangan
Motif	1	0.504	0.361	Valid
	2	0.510	0.361	Valid
	3	0.620	0.361	Valid
	4	0.517	0.361	Valid
	5	0.681	0.361	Valid
	6	0.733	0.361	Valid
	7	0.542	0.361	Valid
	8	0.587	0.361	Valid
	9	0.600	0.361	Valid
	10	0.454	0.361	Valid
	11	0.558	0.361	Valid

Tabel 2. (*Gratification Obtained*)

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Kepuasan	1	0.613	0.361	Valid
	2	0.587	0.361	Valid
	3	0.437	0.361	Valid
	4	0.605	0.361	Valid
	5	0.692	0.361	Valid
	6	0.560	0.361	Valid
	7	0.536	0.361	Valid
	8	0.588	0.361	Valid
	9	0.396	0.361	Valid
	10	0.700	0.361	Valid
	11	0.496	0.361	Valid

Sumber : Hasil pengolahan uji validitas 2018

Bisa dilihat bahwa dari tabel yang tertera di atas tiap-tiap item memiliki tingkat validitas yang lebih besar dari r tabel 0.361 sehingga bisa disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan ialah valid sehingga bisa digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan.

3.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan menguji konsistensi variabel penelitian. Variabel bisa dikatakan reliabel apabila jawaban responden atau pernyataan stabil atau konsisten. Penelitian ini uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Instrumen penelitian bisa dibidang sesuai atau fleksibel jika memiliki koefisien reliabilitas 0.6 atau lebih. Berikut ini hasil dari uji reliabilitas variabel motif dan kepuasan dimana setiap variabel memiliki 11 item pernyataan dan sesudah diuji bisa mengetahui hasilnya :

Tabel 3. Hasil Pengolahan Uji reliabilitas

Variabel	N Item	Cronbach's Alpha	Koefisien Reliabilitas	Kesimpulan
Motif	11	0.795	≥ 0.6	Reliabel
Kepuasan	11	0.786	≥ 0.6	Reliabel

Sumber : Hasil pengolahan data uji reliabilitas SPSS 2018

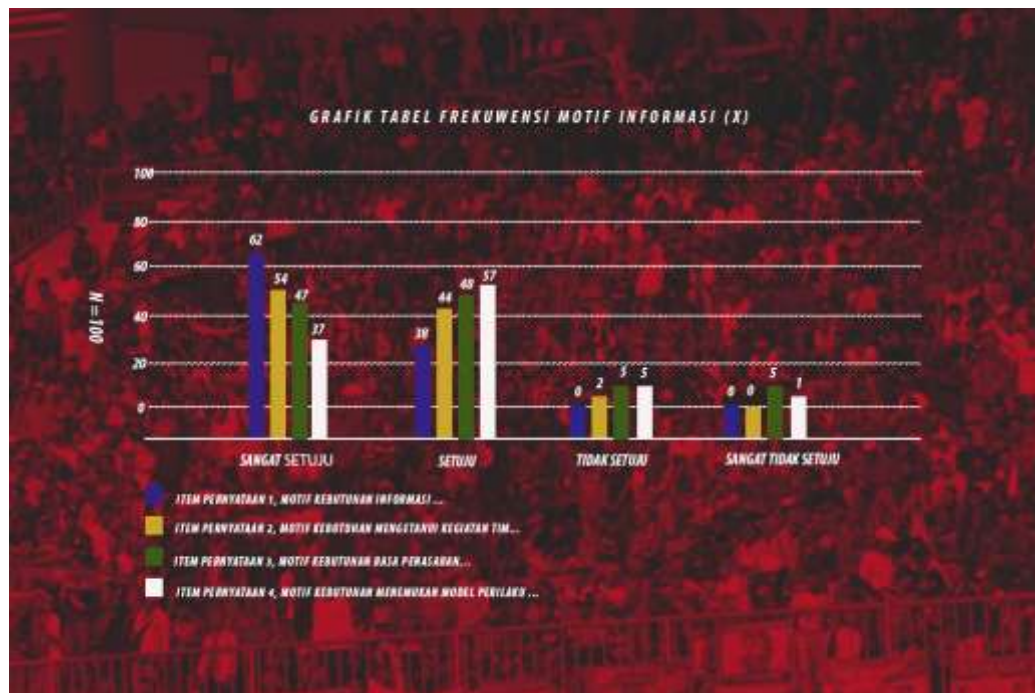
3.3 Analisis Data

Tabel 4. Skor jawaban skala penilaian

Skor	Kategori
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Setuju
4	Sangat Setuju

Sumber : (Kriyantono, 2010)

3.3.1 Kepuasan yang diharapkan (*Gratification Sought*) responden terhadap *website* Persis-solo.id



Gambar 3. Infografis Grafik Tabel Frekuensi Motif Informasi (X)

Sumber : Hasil pengolahan data tabel distribusi SPSS 2018

Tabel 5. Hasil pengolahan data tabel distribusi frekuensi

ITEM	KETERANGAN									
	SS		S		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	62	62.0	38	38.0	0	0	0	0	100	100
2	54	54.0	44	44.0	2	2.0	0	0	100	100
3	47	47.0	48	48.0	5	5.0	0	0	100	100
4	37	37.0	57	57.0	5	5.0	1	1.0	100	100

Sumber : Hasil pengolahan data tabel distribusi SPSS 2018

Dari infografis dan tabel yang ada di atas mendapatkan hasil dari item pernyataan 1 tentang motif yang didapat tentang “memenuhi kebutuhan informasi mengenai klub sepak bola Persis Solo” responden yang menjawab pernyataan sebesar (62.0%) sangat setuju, memenuhi kebutuhan informasi mengenai klub sepak bola Persis Solo. Dipernyataan item 2, responden menjawab sebesar (54.0%) sangat setuju tentang mendapatkan informasi mengenai tim, pelatih, manajemen dan kegiatan apa saja yang dilakukan Persis Solo. Pada item pernyataan 3, responden menjawab sebesar (48.0%) setuju pernyataan mengenai informasi “kepastian untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai klub”. Pada item pernyataan 4, responden

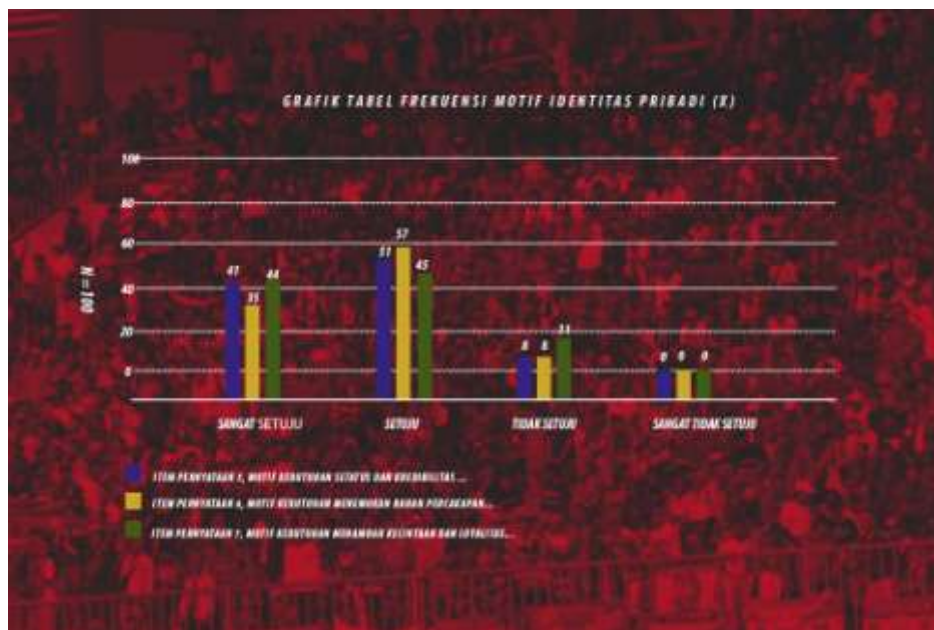
menjawab sebesar (57.0%) setuju pernyataan mengenai “mencari informasi model perilaku pemain Persis Solo”.

Pada motif informasi, indikator “motif mengakses *website* untuk memenuhi kebutuhan informasi mengenai klub Persis Solo” merupakan indikator yang paling sering atau dominan yang dipilih responden sebesar (62.0%) menjawab sangat setuju.

Tabel 6. Hasil pengolahan data tabel distribusi frekuensi

ITEM	KETERANGAN									
	SS		S		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
5	41	41.0	51	51.0	8	8.0	0	0	100	100
6	35	35.0	57	57.0	8	8.0	0	0	100	100
7	44	44.0	45	45.0	11	11.0	0	0	100	100

Sumber : Hasil pengolahan data tabel distribusi frekuensi SPSS 2018



Gambar 4. Infografis Grafik Tabel Frekuensi Motif Identitas Pribadi

Sumber : Hasil pengolahan data tabel distribusi frekuensi SPSS 2018

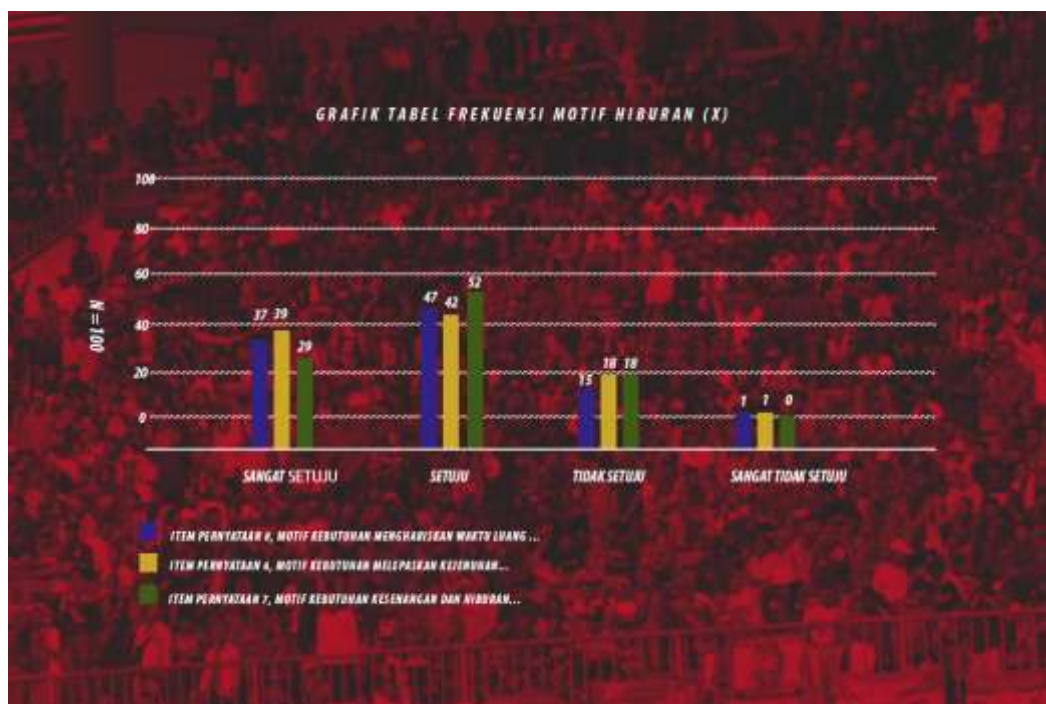
Dari tabel dan Infografis di atas mendapatkan hasil item pernyataan 5, responden menjawab sebesar (51.0%) setuju tentang “ingin memperkuat status dan kredibilitas diri sebagai suporter”. Hasil item pernyataan 6, responden menjawab sebesar (57.0%) setuju tentang ‘menemukan bahan percakapan mengenai klub sepak bola Persis Solo sesama suporter’. Hasil item pernyataan 7, responden menjawab sebesar (45.0%) setuju mengenai “menambah kecintaan dan loyalitas terhadap klub”.

Pada motif identitas pribadi, indikator “menemukan bahan percakapan mengenai klub sepak bola Persis Solo sesama suporter” merupakan indikator yang paling sering atau dominan yang dipilih responden sebesar (57.0%) menjawab setuju.

Tabel 7. Hasil pengolahan data tabel distribusi frekuensi

ITEM	KETERANGAN									
	SS		S		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
8	37	37.0	47	47.0	15	15.0	1	1.0	100	100
9	39	39.0	42	42.0	18	18.0	1	1.0	100	100
10	29	29.0	52	52.0	18	18.0	1	1.0	100	100

Sumber : Hasil pengolahan data tabel distribusi frekuensi SPSS 2018



Gambar 5. Infografis Grafik Tabel Frekuensi Motif Hiburan

Sumber : Hasil pengolahan data tabel distribusi frekuensi SPSS 2018

Dari hasil tabel dan infografis di atas mendapatkan hasil item pernyataan 8, responden menjawab sebesar (47.0%) setuju tentang “bersantai dan mengisi waktu luang dan menambah informasi”. Hasil item pernyataan 9, responden menjawab sebesar (42.0%) setuju tentang “ingin melepas kejenuhan dan kebosanan”. Hasil item pernyataan 10, responden menjawab sebesar (52.0%) setuju tentang “memperoleh kesenangan dan hiburan”.

Pada motif hiburan, indikator “memperoleh kesenangan dan hiburan” merupakan indikator paling sering atau dominan yang dipilih responden yakni sebesar (52.0%) menjawab setuju.

Tabel 8. Hasil pengolahan data tabel frekuensi

ITEM	KETERANGAN									
	SS		S		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
11	61	61.0	34	34.0	5	5.0	0	0	100	100



Gambar 6. Infografis Grafik Tabel Frekuensi Motif Integrasi

Sumber : Hasil pengolahan data tabel distribusi frekuensi SPSS 2018

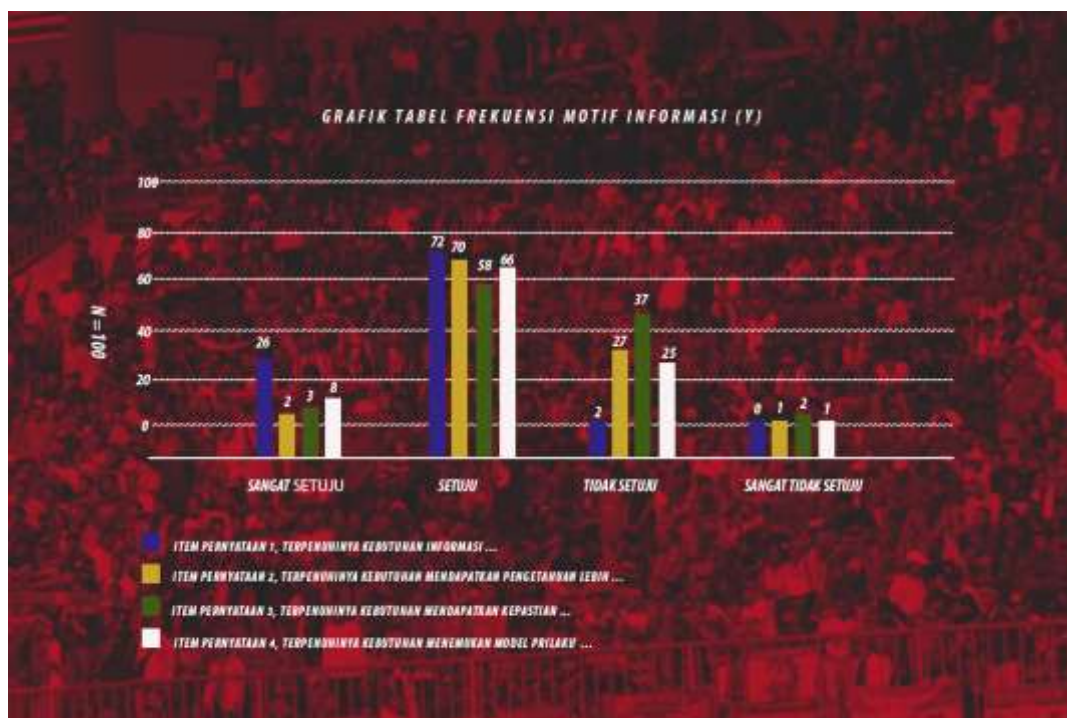
Dari tabel dan infografis di atas mendapatkan satu-satunya hasil pernyataan item 11 mengenai integrasi sosial dan responden menjawab sebesar (61.0%) menjawab sangat setuju. Mengenai memberikan kritik dan saran kepada klub maupun manajemen tim Persis Solo. Dan pada motif ini indikator begitu dominan untuk menjawab sangat setuju.

3.3.2 Tingkat kepuasan yang Diperoleh (*Gratification Obtained*) responden terhadap *website* Persis-solo.id

Tabel 9. Hasil pengolahan data frekuensi

ITEM	KETERANGAN									
	SS		S		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	26	26.0	72	72.0	2	2.0	0	0	100	100
2	2	2.0	70	70.0	27	27.0	1	1.0	100	100
3	3	3.0	58	58.0	37	37.0	2	2.0	100	100
4	8	8.0	66	66.0	25	25.0	1	1.0	100	100

Sumber : Hasil pengolahan data tabel distribusi frekuensi SPSS 2018



Gambar 7. Infografis Grafik Tabel Frekuensi Motif Informasi

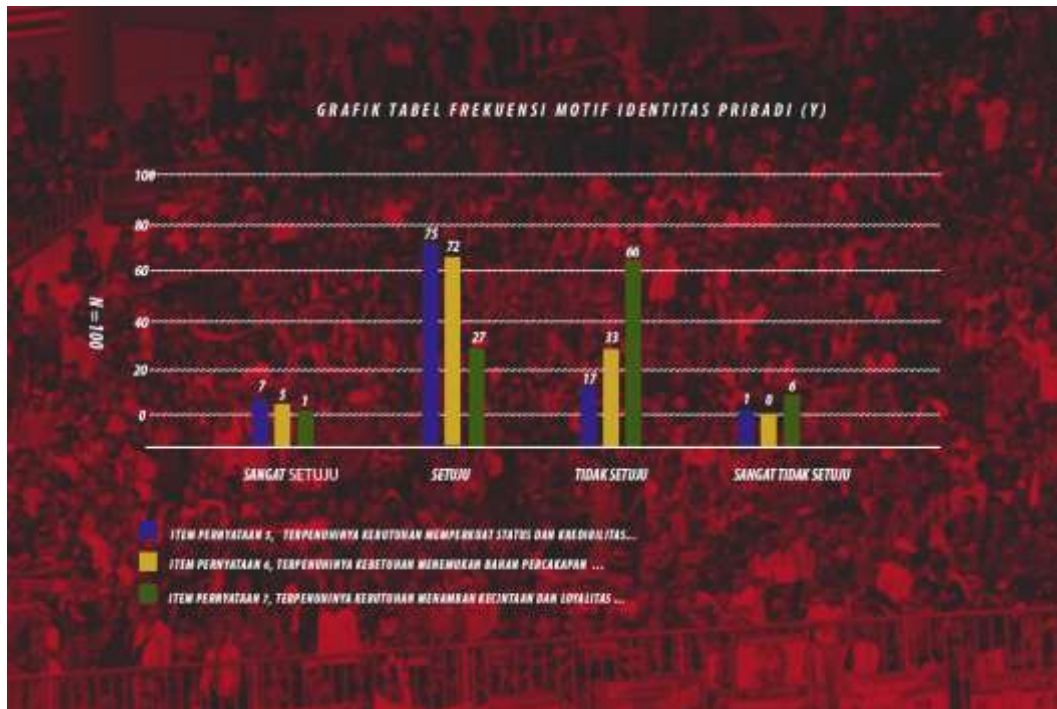
Sumber : Hasil pengolahan data tabel distribusi frekuensi SPSS 2018

Dari tabel dan infografis yang tertera di atas diperoleh hasil pada item pertanyaan 1 tentang kepuasan yang didapatkan “terpenuhinya kebutuhan informasi mengenai klub” responden menjawab (72.0%) setuju, tentang terpenuhinya kebutuhan mendapatkan informasi mengenai klub sepak bola Persis Solo. Hasil pada item pernyataan kedua responden menjawab sebesar (70.0%) setuju, mendapatkan “pengetahuan yang lebih mengenai, pemain, pelatih, manajemen dan kegiatan apa saja yang dilakukan”. Hasil pada item pernyataan 3 responden menjawab (58.0%) setuju, tentang “mendapatkan kepastian dan rasa penasaran akan isu-isu berita yang beredar di tim Persis Solo”. Hasil pada item pernyataan 4 responden menjawab (66.0%) setuju tentang “model perilaku pemain di lapangan maupun luar lapangan yang diberitakan”.

Pada tingkat kepuasan yang diperoleh, item pernyataan 1 merupakan indikator dominan yang dipilih responden sebesar (72.0%) menjawab setuju pada indikator tersebut mengenai “terpenuhinya kebutuhan informasi mengenai klub sepak bola Persis Solo.

Tabel 10. Hasil pengolahan data frekuensi

	KETERANGAN									
	SS		S		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
5	7	7	75	75.0	17	17.0	1	1.0	100	100
6	5	5.0	62	62.0	33	33.0	0	0	100	100
7	1	1.0	27	27.0	66	66.0	6	0	100	100



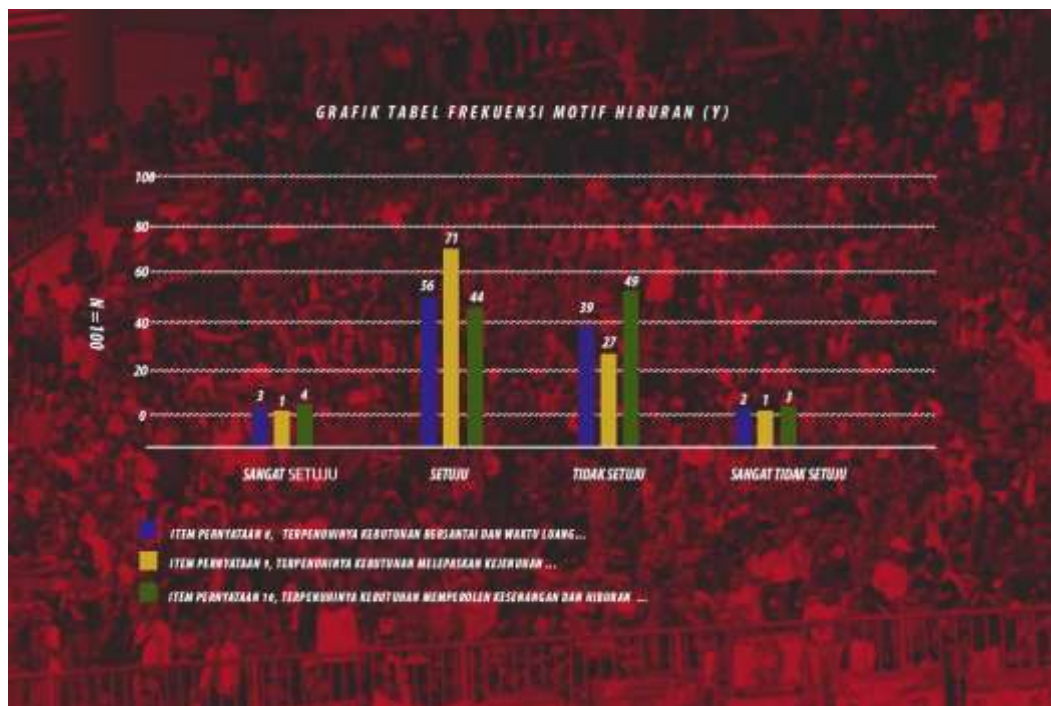
Gambar 8. Infografis Grafik Tabel Frekuensi Motif Identitas Pribadi

Sumber : Hasil pengolahan data tabel distribusi frekuensi SPSS 2018

Dari tabel di atas mendapatkan hasil item pernyataan 5, responden menjawab sebesar (75.0%) setuju tentang “kepuasan memperkuat status dan kredibilitas diri sebagai suporter”. Hasil item pernyataan 6, responden menjawab sebesar (62.0%) setuju tentang “kepuasan menemukan bahan percakapan mengenai klub sepak bola Persis Solo sesama suporter”. Hasil item pernyataan 7, responden menjawab sebesar (66.0%) tidak setuju mengenai “kepuasan menambah kecintaan dan loyalitas terhadap klub”. Pada kepuasan identitas pribadi, indikator “kepuasan memperkuat status dan kredibilitas diri sebagai suporter” merupakan indikator yang paling sering atau dominan yang dipilih responden sebesar (75.0%) menjawab setuju.

Tabel 11. Hasil pengolahan data frekuensi

ITEM	KETERANGAN									
	SS		S		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
8	3	3.0	56	56.0	39	39.0	2	2.0	100	100
9	1	1.0	71	71.0	27	27.0	1	1.0	100	100
10	4	4.0	44	44.0	49	49.0	3	3.0	100	100



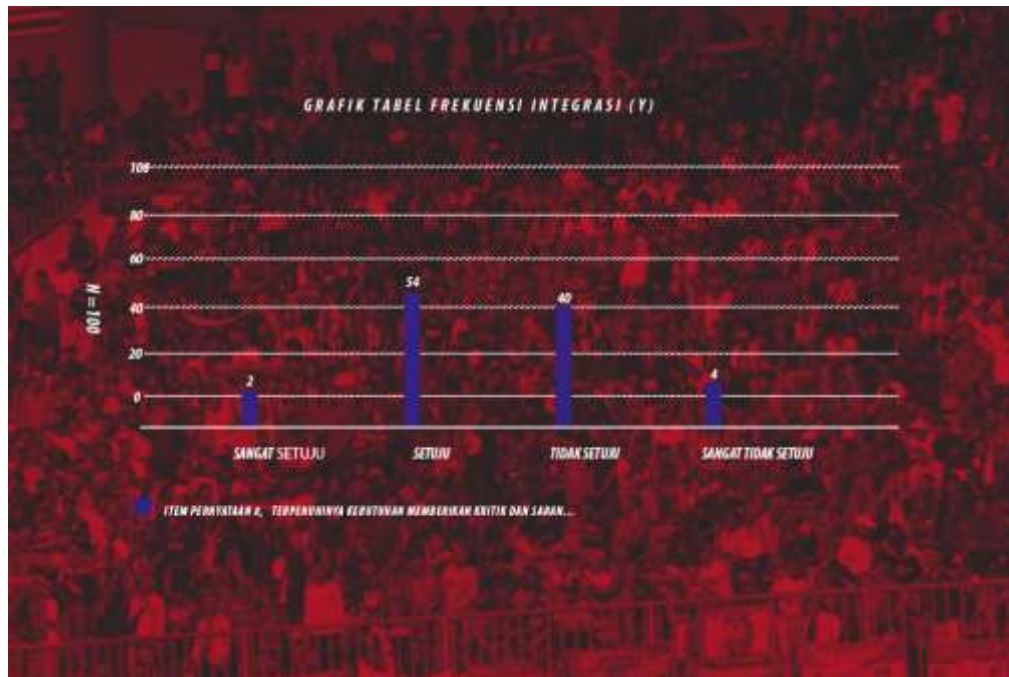
Gambar 9. Infografis Grafik Tabel Frekuensi Motif Hiburan

Sumber : Hasil pengolahan data tabel distribusi frekuensi SPSS 2018

Dari tabel di atas mendapatkan hasil item pernyataan 8, responden menjawab sebesar (56.0%) setuju tentang “kepuasan hiburan bersantai dan mengisi waktu luang dan menambah informasi”. Hasil item pernyataan 9, responden menjawab sebesar (71.0%) setuju tentang “kepuasan ingin melepas kejenuhan dan kebosanan”. Hasil item pernyataan 10, responden menjawab sebesar (49.0%) tidak setuju tentang “kepuasan memperoleh kesenangan dan hiburan”. Pada kepuasan hiburan, indikator “kepuasan ingin melepas kejenuhan dan kebosanan” merupakan indikator yang paling sering atau dominan yang dipilih responden yakni sebesar (71.0%) setuju.

Tabel 12. Tingkat Kepuasan yang diperoleh berdasarkan motif integrasi sosial

ITEM	KETERANGAN									
	SS		S		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
11	2	2.0	54	54.0	40	40.0	4	4.0	100	100



Gambar 10. Infografis Grafik Frekuensi Integrasi

Sumber : Hasil pengolahan data tabel distribusi frekuensi SPSS 2018

Dari tabel di atas mendapatkan satu-satunya hasil pernyataan item 11 mengenai integritas sosial dan responden menjawab sebesar (54.0%) menjawab setuju. Mengenai memberikan kritik dan saran kepada klub maupun manajemen tim Persis Solo. Dan pada motif kepuasan ini indikator begitu dominan untuk menjawab sangat setuju.

3.3.3 Tingkat Kesenjangan (*Gratification Discrepancy*) Antara Variabel GS dan GODikalangan Responden Setelah Membaca *website* Persis-solo.id

Gratification Discrepancy ialah kesenjangan yang terjadi antara nilai kepuasan yang diharapkan atau (*Gratification Sought*) terhadap nilai kepuasan yang diperoleh (*Gratification Obtained*) masyarakat setelah menggunakan sebuah media. Dalam mengetahui nilai kesenjangan kepuasan perbedaan diantara motif dan kepuasan yang didapat menggunakan rumus statistik *Discrepancy* Palmgreen berikut ini :

$$D \neq \frac{\sum n_{i,j}}{I \neq j} \quad (2)$$

$$\sum \sum n_{i,j}$$

$$I \neq j$$

D : Discrepancy atau kesenjangan

n : Jumlah sampel

i : kepuasan yang dicari (GS)

j : kepuasan yang diperoleh (GO)

Untuk pengaplikasian rumus *Discrepancy* yang digunakan tabulasi silang (*Cross Tabulation*) yang terdapat dalam aplikasi SPSS, dalam item dari motif yang disilangkan terhadap item yang sama dari kepuasan yang diperoleh berupa kode secara manual. Hasilnya dari hitungan tersebut digunakan dapat mengetahui tingkat kesenjangan yang terjadi antara pengguna media untuk memuaskan responden berdasarkan item pernyataan yang sudah disepakati. Terdapat pada penelitian sebelumnya yang sudah menetapkan batasan kepuasan dengan minimal 70% atau tingkat kesenjangan diperoleh responden berkisar diantara 0-30% untuk itu kebutuhan yang didapatkan memuaskan responden, dan apabila kesenjangan suatu media menunjukan persentase diatas 30% maka hal tersebut media dianggap tidak bisa memenuhi kepuasan responden.

Tabel 13. Ketagorisasi Kepuasan

No	Kepuasan	Presentase Kesenjangan
1	Rendah	21%-30%
2	Sedang	11%-20%
3	Tinggi	0%-10%

Dari apa yang didapatkan dalam penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, untuk itu kesenjangan kepuasan terhadap 100 suporter baik Pasoepati maupun Surakartans yang membaca *website* Persis-solo.id untuk mendapatkan informasi dan berita didapatkan hasilnya seperti ini :

a. Motif kebutuhan informasi

Tabel 14. Hasil olahan data tabulasi silang

GO GS	STS	TS	S	SS	JML
STS	0	0	0	0	0
TS	0	0	0	0	0
S	0	0	27	11	38
SS	0	2	45	15	62
JML	0	2	72	26	100

Item X1*Y1

Sumber : hasil pengolahan data SPSS 2018

$$\frac{11}{100} \times 100\% = 11\% \quad (3)$$

Dari hasil analisis yang didapatkan dari tabel yang tertera di atas mengenai kesenjangan antara motif dan kepuasan terhadap *website* Persis-solo.id oleh suporter Pasoepati maupun Surakartans di kota Surakarta mendapatkan hasil tingkat kesenjangan yang terjadi diantara motif dan kepuasan yang membaca *website* Persis-solo.id bisa dilihat dari informasi pernyataan nomer 1 memiliki nilai kesenjangan 11% dan nilai kepuasan sebesar 89%.

Terbukti menunjukan tingkat kepuasan setelah membaca *website* tersebut oleh suporter pada item pernyataan 1 termasuk dalam kategori **Sedang**.

Dalam item pernyataan 2 aspek informasi nilai kesenjangan sebesar 2% dengan nilai kepuasan yang didapatkan sebesar 98%. Membuktikan tingkat kepuasan pada item 2 termasuk dalam kategori **Tinggi**.

Dalam item pernyataan 3 aspek informasi nilai kesenjangan sebesar 5% dengan nilai kepuasan yang didapatkan 95%. Membuktikan tingkat kepuasan pada item pernyataan 3 termasuk dalam kategori **Tinggi**.

Dalam item pernyataan 4 aspek informasi nilai kesenjangan sebesar 6% dengan nilai kepuasan yang didapatkan 94%. Membuktikan tingkat kepuasan item pernyataan 4 termasuk dalam kategori **Tinggi**.

b. Motif kebutuhan identitas pribadi

Tabel 15. Tabel hasil olahan data tabulasi silang

GO GS	STS	TS	S	SS	JML
STS	0	0	0	0	0
TS	0	2	6	0	8
S	1	7	38	5	51
SS	0	8	31	2	52
JML	1	17	75	7	100

Item X5*Y5

Sumber : Hasil pengolahan data tabulasi silang SPSS 2018

$$\frac{6+5}{100} \times 100\% = 11\% \quad (4)$$

Dari hasil analisis yang didapatkan dari tabel yang tertera diatas mengenai kesenjangan di antara motif dan kepuasan terhadap *website* Persis-solo.id oleh suporter Pasoepati maupun Surakartans di kota Surakarta mendapatkan hasil tingkat kesenjangan yang terjadi diantara motif dan kepuasan yang membaca *website* Persis-solo.id bisa dilihat dari kebutuhan pribadi pernyataan nomer 5 memiliki nilai kesenjangan 11% dan nilai kepuasan sebesar 89%. Terbukti menunjukan tingkat kepuasan setelah membaca *website* tersebut oleh suporter pada item pernyataan 5 termasuk dalam kategori **Sedang**.

Dalam item pernyataan 6 aspek identitas pribadi nilai kesenjangan sebesar 10% dengan nilai kepuasan yang didapatkan sebesar 90%. Membuktikan tingkat kepuasan pada item 2 termasuk dalam kategori **Tinggi**.

Dalam item pernyataan 7 aspek kebutuhan identitas pribadi nilai kesenjangan sebesar 6% dengan nilai kepuasan yang didapatkan 94%. Membuktikan tingkat kepuasan pada item pernyataan 7 termasuk dalam kategori **Tinggi**.

c. Motif kebutuhan hiburan

Tabel 16. Tabel hasil olahan data tabulasi silang

GO GS	STS	TS	S	SS	JML
STS	0	1	0	0	1
TS	0	3	15	0	18
S	0	15	27	0	42
SS	1	8	29	1	39
JML	1	27	71	1	100

Hiburan X9*Y9

Sumber : Hasil pengolahan data tabulasi silang SPSS 2018

$$\frac{1+15}{100} \times 100\% = 16\% \quad (5)$$

Dari hasil analisis yang didapatkan dari tabel yang tertera diatas mengenai kesenjangan di antara motif dan kepuasan terhadap *website* Persis-solo.id oleh suporter Pasoepati maupun Surakartans di kota Surakarta mendapatkan hasil tingkat kesenjangan yang terjadi di antara motif dan kepuasan yang membaca *website* Persis-solo.id bisa dilihat dari kebutuhan hiburan pernyataan nomer 8 memiliki nilai kesenjangan 8 % dan nilai kepuasan sebesar 92 %. Terbukti menunjukan tingkat kepuasan setelah membaca *website* tersebut oleh suporter pada item pernyataan 8 termasuk dalam kategori **Tinggi**.

Dalam item pernyataan 9 aspek hiburan nilai kesenjangan sebesar 16% dengan nilai kepuasan yang didapatkan sebesar 84 %. Membuktikan tingkat kepuasan pada item 9 termasuk dalam kategori **Rendah**.

Dalam item pernyataan 10 aspek hiburan nilai kesenjangan sebesar 11% dengan nilai kepuasan yang didapatkan sebesar 89%. Membuktikan tingkat kepuasan pada item 9 termasuk dalam kategori **Sedang**.

d. Motif Integrasi Sosial.

Tabel 17. Tabel hasil olahan data tabulasi silang

GO GS	STS	TS	S	SS	JML
STS	0	0	0	0	0
TS	0	2	2	1	5
S	2	13	18	1	34
SS	2	25	34	0	61
JML	4	40	54	2	100

Integritas sosial X11*Y11

Sumber : Hasil pengolahan data tabulasi silang SPSS 2018

$$\frac{2+1+1}{100} \times 100\% = 4\% \quad (6)$$

Dari hasil analisis yang didapatkan dari tabel yang tertera di atas mengenai kesenjangan di antara motif dan kepuasan terhadap *website* Persis-solo.id oleh suporter Pasoepati maupun Surakartans di kota Surakarta mendapatkan hasil tingkat kesenjangan yang terjadi antara motif dan kepuasan yang membaca *website* Persis-solo.id bisa dilihat dari kebutuhan integrasi sosial pernyataan nomer 11 memiliki nilai kesenjangan 4% dan nilai kepuasan sebesar 96%. Terbukti menunjukkan tingkat kepuasan setelah membaca *website* tersebut oleh suporter pada item pernyataan 11 termasuk dalam kategori **Tinggi**.

Dari hasil semua yang didapatkan bahwa tingkat kepuasan suporter Pasoepati dan Surakartans di kota Surakarta yang membaca *website* Persis-solo.id 7 diantara 11 item pernyataan memiliki tingkat kepuasan dalam kategori tinggi, sedangkan 3 item pernyataan yang lain memiliki tingkat sedang, dan 1 item pernyataan terakhir memiliki tingkat rendah. Berdasarkan nilai *mean* atau rata-rata keseluruhan di antara kepuasan yang diharapkan atau motif (GS) dan Kepuasan (GO) bisa dilihat dari tabel dibawah ini :

Tabel 18. Tabel pengolahan data *mean*

No	Indikator	Mean
1	Motif	29.58
2	Kepuasan	36.83

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS 2018

Dari tabel yang tertera di atas bisa disimpulkan nilai rata-rata mean indikator motif kurang dari atau lebih kecil dibandingkan dengan indikator kepuasan yang memiliki nilai lebih besar. Untuk itu *website* Persis-solo.id bisa dikatakan mampu memuaskan khalayaknya dikalangan suporter sepak bola yang ada di kota Surakarta sebagai akses berita tentang klub Persis Solo (Kriyantono, 2006).

3.4 Pembahasan

Dari hasil yang diperoleh pada penelitian ini menunjukkan bahwa kelompok suporter tidak semuanya laki-laki akan tetapi dari survei yang didapatkan, terdapat 20 orang responden perempuan yang juga menjadi suporter pasoepati maupun surakartans, dan 80 orang sisanya adalah laki-laki, dan apabila di jumlahkan menjadi 100 orang responden sekaligus pembaca isi informasi dan berita yang terdapat pada situs website Persis-solo.id.

Pada hasil pengujian validitas data yang didapatkan dari setiap variabel penelitian dari pernyataan aspek motif yang ditekankan, motif informasi, motif identitas pribadi, motif

hiburan dan motif integritas sosial yang terdiri dari 11 item pernyataan sebelum menggunakan media dan 11 item pernyataan sesudah menggunakan media yang ada dalam kuesioner dan di sebarakan kepada 30 responden semua data yang di berikan ialah valid. Keseluruhan nilai r hitung lebih besar dari pada r tabel (0.361) dapat dikatakan secara pasti semua item pernyataan yang sudah di uji validitasnya ialah valid.

Tahapan berikutnya ialah uji reliabilitas, perhitungan yang dilakukan dengan rumus Alpha Cronbach angka yang di temukan dari aspek motif sebesar 0.796 dan dalam aspek kepuasan di temukan sebesar 0.786 jumlah tersebut lebih besar koefisien realibitisnyasebesar 0.6 dari setiap dimensi penelitian. Bisa dikatakan bahwa kuesioner yang digunakan bersifat reliabel atau konsisten. Sama halnya penelitian yang dilakukan oleh (Suryandari, 2017) yang membahas tentang “Motif Membaca Koran Pabelan” didapatkan jika output nilai *Alpha Cronbach* dibandingkan dengan nilai r tabel. Dan bila r hitung lebih tinggi dari r tabel maka item data tersebut reliabel, dari hasil yang didapatkan dan nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka hasilnya reliabel. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kedua kelompok suporter baik Pasoepati maupun Surakartans yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini juga membaca dan mengunjungi situs *website* Persis-solo.id.

Situs *website* Persis-solo.id ialah situs resmi klub sepak bola Persis Solo membuat suporter dalam hal ini Pasoepati dan Surakartans di kota Surakarta memperoleh kepuasan yang mereka inginkan dari apa yang sudah dipaparkan, dimana kepuasan yang diperoleh mampu memenuhi kepuasan yang diinginkan dimana responden merasa motif-motif yang ingin mereka dapatkan dalam mengakses terpenuhi, motif sebelum menggunakan media. Secara keseluruhan, tingkatan kepuasan yang diharapkan responden dalam hal ini kelompok suporter Pasoepati maupun Surakartans (*Gratification Sought*) menunjukkan prosentase tinggi, pada motif informasi, indikator “motif mengakses *website* untuk memenuhi kebutuhan informasi mengenai klub Persis Solo” merupakan indikator yang paling dominan dipilih responden prosentase sebesar (62.0%) menjawab sangat setuju. Pada motif identitas pribadi, indikator “menemukan bahan percakapan mengenai klub sepak bola Persis Solo sesama suporter” merupakan indikator yang paling dominan dengan persentase sebesar (57.0%) menjawab setuju. Pada motif hiburan, indikator “memperoleh kesenangan dan hiburan” merupakan indikator yang paling dominan dipilih responden yakni sebesar (52.0%) menjawab setuju. Motif yang terakhir yaitu integrasi sosial responden menjawab sebesar (61.0%) menjawab sangat setuju. Dengan maksud sebagian besar responden ingin mendapatkan apa yang mereka cari untuk pemenuhan kebutuhan mereka pada situs persis-solo.id.

Sedangkan secara umum tingkat kepuasan yang didapatkan oleh responden (*Gratification Obtained*) setelah mengakses situs Persis-solo.id termasuk juga dalam kategori tinggi yaitu dalam kebutuhan informasi, tingkat kepuasan yang didapatkan responden sebesar (72.0%) menjawab setuju pada indikator “terpenuhinya kebutuhan informasi mengenai klub Persis Solo. Dalam kebutuhan identitas pribadi, tingkat kepuasan yang didapatkan sebesar (75.0%) menjawab setuju pada indikator “kepuasan memperkuat status dan kredibilitas diri sebagai suporter”. Pada kebutuhan hiburan, tingkat kepuasan yang didapatkan sebesar (71.0%) menjawab setuju pada indikator “kepuasan memperoleh kesenangan dan hiburan”. Pada tahap integrasi sosial responden menjawab sebesar (54.0%) menjawab setuju. Artinya responden merasa kebutuhannya terpenuhi setelah mengakses situs Persis-solo.id.

Hasil dalam penelitian ini sesuai dengan teori Uses and Gratifications yang Katz, Blumler dan Gurevitch dalam buku (Kriyantono, 2006) menjelaskan khalayak dianggap aktif, artinya khalayak sebagai bagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan. Teori Uses and Gratifications menjelaskan audiens, khalayak atau pengguna media dalam hal ini kelompok suporter Padoepati dan surakartans di kota Surakarta, memiliki otonomi dan wewenang penuh dalam memilih dan memperlakukan media online Persis-solo.id. Inti dari teori ini adalah Padoepati dan Surakartans di kota Surakarta pada dasarnya menggunakan media online Situs Persis-solo.id berdasarkan motif-motif tertentu, seperti yang dikatakan oleh (McQuail, 2012) dimana media dalam hal ini media online situs *website* Persis-solo.id dianggap berusaha untuk memenuhi kebutuhan yang disebut sebagai media yang efektif.

Dalam proses komunikasi massa, inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media online situs Persis-solo.id terletak pada Padoepati dan Surakartans di kota Surakarta. Media online situs Persis-solo.id harus bisa memenuhi kebutuhan informasi dan berita secara interaktif dan mudah diterima oleh kelompok suporter mereka. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media sangat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan. Khalayak atau responden dalam penelitian ini mengkonsumsi media sesuai dengan kebutuhan, diantara responden satu dengan yang lain mempunyai kebutuhan yang berbeda-beda ketika memilih untuk mengkonsumsi media. Hal ini terlihat dari tingkat kepuasan setiap karakteristik.

Media online situs Persis-solo.id yang merupakan media resmi klub Persis Solo menyebabkan para penggemar sepakbola terutama pada Padoepati dan Surakartans di kota Surakarta memperoleh kepuasan yang besar dimana kepuasan yang diperoleh mampu melebihi expectation (harapan) dimana responden merasa motif-motif dalam mengakses situs

website Persis Solo terpeenuhi dari sebelum menggunakan media maupun sesudah menggunakan media, dari motif informasi, motif identitas pribadi, motif hiburan dan motif integritas sosial. Dari hasil penelitian ini bisa dilihat bahwa *mean* atau rata-rata motif menggunakan media lebih kecil dari pada indikator kepuasan yang memiliki nilai yang lebih besar, (*Gratification Sought*) 29.58 kurang dari 36.83 (*Gratification Obtained*).

Seperti penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Bekti, 2018) yang berjudul “Motif dan Kepuasan Menggunakan Jejaring Sosial Instagram (Studi Kesenjangan Antara Motif Dan Kepuasan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta Terhadap Akun Instagram @umsurakarta)” dalam penelitian ini didapatkan bahwa secara menyeluruh instagram @umssurakarta dapat memenuhi kebutuhan mahasiswa Ilmu Komunikasi yang mengikuti akun instagram tersebut dan dari perhitungan *mean* dapat diketahui *mean* (GS) lebih kecil dari pada (GO), dan menunjukan bahwa media tersebut dapat memenuhi khalayak.

Dari hasil perhitungan kesenjangan (*Gratification Discrepancy*) yang dilakukan dengan rumus (*Cross Tab*) dari 11 item pernyataan kebutuhan yang diberikan kepada responden baik Pasoepati maupun Surakartans, hampir keseluruhan mampu dipenuhi oleh situs Persis-solo.id diantaranya 7 item memiliki tingkat kategori tinggi sedangkan 3 item kategori sedang dan 1 pernyataan memiliki tingkat rendah, dapat diartikan bahwa hampir semua item kebutuhan tersebut sudah terpenuhi tingkat pemenuhanya dan menjadi media yang efektif.

Pembaca dari situs *website* Persis-solo.id ialah anak muda milenial yang melek akan teknologi, *website* sebagai media baru berhasil membangun interaksi yang dilakukan antara klub dengan suporter tidak hanya interaksi satu arah saja yang dilakukan akan tetapi interaksi dua arah yang terjadi. Melalui platform internet semakin memudahkan interaksi antara suporter dengan klub melalui media baru.

Secara kesekuruhan isi situs *website* Persis-solo.id sudah baik sesuai dengan apa yang diharapkan oleh khalayak suporter sebagai media resmi klub yang memberikan informasi dan berita, media yang berbasis internet mampu memenuhi kebutuhan para suporter anak muda kaum milenial masa kini.

4. PENUTUP

Hasil yang didapatkan pada penelitian ini menunjukan bahwa kepuasan yang diperoleh sebelum menggunakan media (*Gratification Sought*) oleh responden suporter Pasoepati maupun Surakartans terbukti dari 11 item pernyataan yang termasuk didalam kategori motif informasi, motif hiburan, motif identitas pribadi, dan motif integrasi sosial yang mayoritas

menduduki skala sangat setuju dan setuju, hanya sedikit yang menjawab tidak setuju ataupun sangat tidak setuju. Dan pada kepuasan yang didapatkan (*Gratification Obtained*) setelah membaca *website* Persis-solo.id tersebut terdapat pada skala motif informasi, motif identitas pribadi, motif hiburan, dan motif integrasi sosial rata-rata menjawab setuju dan terpenuhinya kebutuhan. Akan tetapi pada motif identitas pribadi pada item pernyataan 7, tentang kepuasan menambah kecintaan dan loyalitas terhadap klub persentase tidak setujunya begitu tinggi dan tidak mendapatkan kepuasan yang diharapkan. Sama halnya pada motif pada item pernyataan 10, tentang kepuasan memperoleh kesenangan dan hiburan juga begitu tinggi persentasenya dan tidak mendapatkan kepuasan yang diharapkan. Akan tetapi secara umum kepuasan yang didapatkan dari sebelum GO dan GS sesudah membaca situs Persis-solo.id terpenuhi.

Dari hasil nilai kesenjangan antara motif dan kepuasan terhadap situs *website* Persis-solo.id didapatkan nilai kesenjangan (*Gratification Discrepancy*) yang dilakukan menggunakan rumus *Statistik Discrepancy* diketahui bahwa dari 11 item pernyataan kebutuhan yang diberikan kepada responden, hampir seluruhnya mampu dipenuhi oleh situs Persis-solo.id yaitu 7 item pernyataan dalam kategori tinggi, 3 item pernyataan dalam kategori sedang. Dan hanya 1 item pernyataan dalam kategori rendah. Bisa disimpulkan bahwa hampir semua item pernyataan tersebut dapat terpenuhi tingkat pemenuhannya

Saran Supaya media official Persis Solo mampu mempertahankan isi dan kualitas *website* tersebut dan menambah konten yang akan diberikan pada situs tersebut supaya kepuasan selalu terjaga. Selalu *update* dengan teknologi terbaru menambah inovasi dari isi *website* tersebut, dengan selalu berkembangnya teknologi, klub Persis Solo tidak hanya memberikan informasi melalui *website* akan tetapi bisa memperbarui dengan membuat aplikasi yang terintegrasi dengan layanan klub yang diberikan, seperti pembelian tiket pertandingan, *live streaming*, ataupun pembelian *merchandise* klub melalui aplikasi.

PERSANTUNAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang diberikan pada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan jurnal publikasi ilmiah yang merupakan syarat untuk menyelesaikan studi strata satu (S1) Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Peneliti mengucapkan terimakasih kepada pihak yang telah membantu dalam penyusunan penelitian ini terutama kepada kedua orang tua, yang selalu mendukung baik dalam moral dan materiil serta selalu mendoakan dan mengingatkan untuk segera menyelesaikan tanggung jawab sebagai mahasiswa. Serta kepada Dr. Fajar Junaedi, S.Sos. M.Si, selaku dosen pembimbing yang selalu ada dalam memberikan kesempatan

bimbingan kepada peneliti serta memberi semangat dalam proses bimbingan. Tidak lupa, para sahabat yang selalu memberikan semangat kepada peneliti dan seluruh pihak yang telah membantu baik yang memberi dukungan moral maupun materiil. Semoga jurnal publikasi ilmiah ini dapat bermanfaat bagi masyarakat luas dan menjadikan pelajaran berharga bagi peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Bekti, K, Bagus. (2018). *Motif dan Kepuasan Menggunakan Jejaring Sosial Instagram (Studi Kesenjangan Antara Motif dan Kepuasan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta Terhadap Akun Instagram @umssurakarta)*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Bell, D., Loader, B.D., Pleace, N., & Shuler, D. (2004). *Cyberculture The Key Concepts*. London and New York: Routledge
- Denis, McQuail. (2000). *McQuail's Massa Communication Theori*. SAGE Publications.
- Ellison, N. B., & Boyd, D. M. (2007). *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. Journal of Computer-Mediated Communication.
- Ellison, N. B., & Boyd, D. M. (2013). *Sociality Through Social Network Site*. | dalam N. B. Ellison [ed] (2013). *The Oxford Handbook Of Internet Studies* (hal. 151-172). London: DOI : 10.1093/oxfordhb/9780199589074.013.00.
- Fauzi, Rizky (2013). *Motif Memenuhi Informasi Lewat Situs www.juventusclubindonesia.com dengan Kepuasan Anggota Juventus Club Indonesia*. Jakarta: Wacana.
- Hasbi, Sirajudin (2015). *Merawat Media Komunitas*, dalam Hasbi, Sirajudin dan Sasono, Feri Triadi [ed] (2015). *Sepak Bola 2.0*. Yogyakarta. Football Fandom.
- Hwan , L. S. (2013). *A Development of Motivation Scale of Sport Website Users: A Perspective of Motivation Factors on Attitude and Behavioral Intention*. Journal Sport and Leasure Studies.
- Grant, R. (2008). *Teori Kegunaan dan Grtifikasi*. | dalam R. West, & L. H. Turner [ed] (2008) *Pengantar Teori Komunikasi* (hal. 99-104). Yogyakarta: Salemba Humanika.
- Johnson, P. R. (2009). *Uses and Gratification of Twitter : An Examination of User Motives and Satifaction of Twitter Use*. Reaserch Gate.

- Katz, E., Blumer, J. G., & Gurevitch, M. (2008). *Teori Kegunaan dan Gratifikasi*. |dalam R. West R, & L. H. Turner [ed] (2008). *Pengantar Teori Komunikasi* (hal. 99-102). Jakarta: Salemba Humanika.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Kuzma, J., Bell , V., & Logue, C. (2014). *A Study of the Use of Social Media Marketing in the Football Industry*. CIS Journal.
- Livingstone, S. (2008). *Taking Risky Opportunities in Youthful Content Creation*. SAGE Publications.
- Martius. (2015). *Pengaruh Motif Penggunaan Media Online Bola.net Terhadap Kepuasan Yang Diperoleh Milanisti Indonesia Sezione Pekanbaru*. Riau Pekanbaru: Jom.unri.ac.id.
- Morissan, A. M. (2013). *Teori Komunikasi Massa*. Bogor, Ghalia Indonesia.
- Nicholson, M. (2007). *Sport and the Media: Managing the Nexus*. Victoria, Australia: Elsevier.
- Prasetyo, A. G. (2013). *Studi Tingkat Kepuasan Penggunaan Situs Pasoepati.net*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Prastya, N. M. (2015). *Pemanfaatan Website dan Media Sosial dalam Aktivitas Branding Klub Bali United Pusam*. | dalam I. P. Hadi, *Information and Communication Technology, dan Literasi Media Digital* (hal. 39-58). Yogyakarta: AspiKom.
- Shao, G. (2008). *Understanding the appeal of user-generated media: a uses and gratification perspective*. Emerald Insight.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. Depok: Rajagrafindo Persada.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metodologi Penelitian* . Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suryandari, Dwi, Arista. (2017). *Motif dan Kepuasan Membaca Koran Pabelan*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Syadzwina, A. W. (2016). *Peranan Public Relation dan Media officer Dalam Organisasi Sepak bola Profesional* |dalam Hasbi, Sirajudin [ed] (2016). *Sepakbola 2.0*, Yogyakarta: Football Fandom.
- Vale, L., & Fernandes, T. (2017). *Social media and sports: driving fan engagement with football clubs on Facebook*. Journal of Strategi Marketing.